🚀 Feuille de route stratégique – Lancement de Perxonomiz

🎯 Objectif global

Lancer Perxonomiz en deux phases, avec un objectif de **5 000 utilisateurs actifs mensuels**, et un **taux de conversion premium de 40 %** au terme des 12 premiers mois.

🔷 1. Vision et principes de lancement

Axe	Objectif	Indicateur clé
Validation du marché	Tester l'adoption et le modèle de monétisation sur un segment restreint (Togo)	1 000 utilisateurs actifs – 25 % premium
Lancement grand public	Construire une marque forte, émotionnelle et crédible	5 000 utilisateurs actifs – 40 % premium
Ancrage de marque	Installer Perxonomiz comme **référence de la gestion financière personnelle**	Partenariats institutionnels, présence médiatique, croissance organique stable

🔷 2. Phasage du lancement

Phase 1 – Test, validation et adoption du marché (3 à 4 mois)

Objectif : tester le produit, affiner le message, valider le pricing et la mécanique de conversion.

💼 Actions commerciales

- Ciblage : jeunes actifs urbains, étudiants, auto-entrepreneurs.
- Mise en place d'un **canal de vente directe** (en ligne + terrain).
- Distribution limitée du **pack physique** via :
  - 3 à 5 points de vente partenaires (papeteries, librairies).
  - Vente directe lors d'ateliers ou salons financiers.
- Création d'un **programme ambassadeurs** ("Perxo-Coachs") pour relayer le produit dans les campus, entreprises et communautés.

- Offres d'introduction :
  - **1er mois premium offert** pour les 1 000 premiers inscrits.
  - **Remise de 20 % sur le pack physique** en précommande.

📣 Actions marketing (mix digital + terrain)

Canal	Objectif	Actions clés
Réseaux sociaux	Générer l'engagement initial et tester les messages	Campagne "#MaFinanceFacile" (stories, témoignages utilisateurs)
Relations publiques	Crédibiliser le lancement	Interviews dans médias
Terrain / Événements	Obtenir du feedback utilisateur	Stands lors d'événements étudiants ou autres, coworkings, incubateurs
Email & WhatsApp	Fidéliser les premiers utilisateurs	Série de messages pédagogiques "1 astuce de la semaine pour mieux gérer ton argent"
Influence	Humaniser la marque	Collaboration avec 3 micro-influenceurs "Finance & Lifestyle" (10–50K abonnés)

🔍 Indicateurs de performance (Phase 1)

Indicateur	Cible
2 500 téléchargements	3 premiers mois
25 % utilisateurs actifs récurrents	M+3
200 packs physiques vendus	M+3
80 % satisfaction sur expérience mobile	M+3

Phase 2 – Lancement grand public et ancrage de marque (6 à 9 mois)

Objectif : massifier l'acquisition et construire la notoriété nationale.

💼 Stratégie commerciale

- Extension de la distribution du **pack physique** à :
  - Réseaux de librairies, grandes surfaces, et partenaires institutionnels (banques, assurances).
- Mise en place d'un **réseau de revendeurs régionaux**.
- Création d'offres groupées :
  - **Pack "Éducation Financière en Entreprise"** (vente B2B à des institutions, ONG, entreprises RH).

    - **Formule “Famille”** : 3 comptes + 1 pack physique à prix réduit.
- Déploiement de **partenariats stratégiques** :
    - Banques locales (pour co-branding et visibilité croisée).
    - ONG et programmes d’éducation financière.
    - Fintechs.

📣 Stratégie marketing omnicanal

Axe	Actions clés	Objectif
Campagne digitale nationale	Facebook, Instagram, TikTok, YouTube – storytelling émotionnel	40 % de la génération de leads
Street marketing & foires	Stands aux carrefours, universités, supermarchés, foires tech	20 % de conversions directes
Relations presse et médias	Reportages sur le thème “L’éducation financière en Afrique”	Renforcer la crédibilité
Partenariats influenceurs	Création de contenus “challenge 30 jours budget”	Engagement et viralité
Programmes d’affiliation	Récompense les ambassadeurs et distributeurs pour chaque abonné Premium converti	Croissance organique
Événements signature “Perxonomiz Talk”	Conférences grand public sur la gestion financière avec des invités prestiges.	Positionner Perxonomiz comme acteur expert et inspirant

🔍 Indicateurs de performance (Phase 2)

Indicateur	Objectif
5 000 utilisateurs actifs mensuels	Mois 12
40 % de conversion premium	Mois 12
10 000 téléchargements cumulés	Mois 12
5 partenariats institutionnels actifs	Mois 12
3 000 packs physiques vendus	Mois 12

🔷 3. Stratégie commerciale (résumé des leviers clés)

Levier	Description	Objectif
Distribution directe	Vente via application + boutique en ligne + foires	Créer le contact humain et récupérer les feedbacks
Réseau de partenaires revendeurs	Librairies, ONG, campus, coworkings	Étendre la portée régionale
Offres B2B	Pack “éducation financière” pour entreprises, ONG	Diversifier les revenus
Abonnement Premium	Upsell ciblé sur la base d’usage (notifications in-app, email, WhatsApp)	40 % de conversion premium
Ambassadeurs / Perxo-Coachs	Recrutement de jeunes influenceurs de proximité	Croissance communautaire

🔷 4. Stratégie marketing multicanale

Canal	Contenu / Action	Objectif principal
Digital – Réseaux sociaux	Contenus courts : vidéos conseils, témoignages, challenges “30 jours budget”, mini-tutos	Notoriété et éducation
Email & WhatsApp Marketing	Séries pédagogiques + offres premium ciblées	Fidélisation et conversion
Événements physiques	Ateliers, foires tech, salons de l’entrepreneuriat	Crédibilité et engagement
Influenceurs & podcasts	Campagnes collaboratives avec influenceurs africains	Humanisation de la marque
RP & Médias	Articles, TV locales, radios	Institutionnaliser Perxonomiz
Partenariats institutionnels	Inclusion financière, ONG, écoles	Expansion et légitimité

🔷 5. Gouvernance et pilotage

Axe	Responsable	Fréquence	Livrables
Pilotage stratégique	Direction des opérations	Mensuel	Tableau de bord KPI
Marketing & Communication	Responsable marketing produit	Hebdomadaire	Reporting acquisition & engagement
Commercial & Partenariats	Responsable commercial B2C/B2B	Mensuel	Pipeline & suivi ventes
Support client & satisfaction	Service clients	Continu	Feedback utilisateurs
Évolution produit	Équipe technique	Trimestriel	Nouvelles fonctionnalités & améliorations UX

🔷 6. Tableau de bord des KPI de suivi

Domaine	Indicateur	Cible
Adoption	Téléchargements cumulés	10 000
Engagement	Utilisateurs actifs mensuels	5 000
Conversion	% utilisateurs Premium	40 %
Fidélisation	Rétention à 3 mois	60 %
Revenus	Chiffre d'affaires cumulé 12 mois	≥ 70 M FCFA
Notoriété	Reach digital mensuel	50 000 impressions

🔷 7. Synthèse opérationnelle

Étape	Durée	Résultat attendu
Phase 1 – Test & validation marché	Mois 1 à 4	Adoption validée – 1 000 utilisateurs actifs
Phase 2 – Lancement grand public	Mois 5 à 12	5 000 utilisateurs actifs / 40 % premium
Phase 3 – Extension régionale (année 2)	Année suivante	Lancement au Bénin et Côte d'Ivoire